



UDK:440.52

Munosibxon ISHANJANOVA,
Andijon davlat chet tillari instituti dotsenti, PhD
E-mail: ishanjanova77@mail.ru

FarDU dotsenti, PhD Sh.Yusupjonova taqrizi asosida

NUTQ ETNOGRAFIYASI – TIL, MADANIYAT VA JAMIYAT ALOQALARINI TAHLIL VOSITASI SIFATIDA

Аннотация

Nutq etnografiyasi insonlarning nutqiy xulq-atvorini milliy madaniyatning yaxlit konteksti doirasida tizimli hodisa sifatida izohlaydi. Til birliklari va nutqiy amaliyotlar jamiyatning umumiy qadriyatlarini, urf-odatlarini va ijtimoiy me'yorlari bilan uzviy bog'liq holda shakllanadi. Maqolada ingliz tilida so'zlashuvchi madaniyat vakillari "Time" va "Money" konseptlarini lingvistik birlik sifatida emas, balki jamiyat dunyoqarashi va qadriyatlarini ifodalovchi ramz sifatida qo'llashlari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: Lingvomadaniyat, kommunikativ xulq-atvor, nutq etnografiyasi, madaniy mavzular, madaniy konseptlar, madaniy qadriyatlar.

ЭТНОГРАФИЯ РЕЧИ – КАК СРЕДСТВО АНАЛИЗА СВЯЗЕЙ ЯЗЫКА, КУЛЬТУРЫ И ОБЩЕСТВА

Аннотация

Этнография речи рассматривает речевое поведение человека как системное явление в целостном контексте национальной культуры. Языковые единицы и речевые практики формируются не изолированно, а в тесной взаимосвязи с общими ценностями общества, его традициями и социальными нормами. В статье анализируется, как представители англоязычной культуры используют концепты «Time» (время) и «Money» (деньги) не только как лингвистические единицы, но и как символы, отражающие мировоззрение и ценности общества.

Ключевые слова: Лингвокультура, коммуникативное поведение, этнография речи, культурные темы, культурные концепты, культурные ценности.

ETHNOGRAPHY OF SPEECH – AS A MEANS OF ANALYZING THE RELATIONS OF LANGUAGE, CULTURE AND SOCIETY

Annotation

Ethnography of speech interprets human speech behavior as a systemic phenomenon within the holistic context of national culture. Language units and speech practices are formed not in isolation, but in close connection with the general values of society, its traditions, and social norms. The article analyzes how representatives of English-speaking cultures use the concepts of "Time" and "Money" not merely as linguistic units, but as symbols reflecting the worldview and values of society.

Key words: Linguoculture, communicative behavior, ethnography of speech, cultural themes, cultural concepts, cultural values.

Kirish. Madaniyat o'z a'zolarining, jumladan, kommunikativ faoliyatining mazmuni va tartibligini shakllantiradi hamda ularning nutqiy xulqiga ma'lum darajada qat'iy chegaralar belgilaydi. Til va madaniyatning "qism-butun" munosabatidagidek o'zaro bog'liq ekani aksiyoma sifatida qabul qilingan. Biroq tilning ijtimoiylashuv jarayonida, ya'ni kommunikativlikning sotsiokultural muhitga "singdirilishi"da qanday rol o'ynashi hanuzgacha to'liq o'rganilmagan masalalardan biridir. Hozirgi kungacha lingvistik shakllar, funksiyalar va ma'nolar madaniyatni qanday tashkil etishi hamda, aksincha, madaniyat tomonidan qay tarzda tartibga solinishi borasida yetarli tadqiqotlar mavjud emas.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Nutq etnografiyasi til, madaniyat va jamiyat o'rtasidagi murakkab aloqalarni tahlil qilishda muhim yondashuv sifatida shakllangan. Bu sohaning nazariy asoslari Dell Hymesning "Ethnography of Communication" konsepsiyasiga borib taqaladi. Hymes nutqiy xulq-atvorni ijtimoiy kontekstda o'rganish uchun SPEAKING modelini ishlab chiqqan bo'lib, tilni faqat grammatik tizim emas, balki ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida talqin qiladi. John Gumperz esa interaktsion sotsiollingvistika orqali kundalik muloqotda kontekstual ko'rsatkichlarning ahamiyatini ochib bergan.

Tahlil va natijalar. Shaxs tilni egallash jarayonida uni ma'lum sotsiokultural vaziyatlar doirasida qo'llay boshlaydi. Demak, tilni o'zlashtirish — bu til kodining sotsiokultural reallik bilan integratsiyalashuvi, kommunikativ xulq-atvorning etnos madaniyatining ajralmas qismiga aylanishi jarayonidir. Kommunikatsiya esa inson faoliyatining madaniy me'yorlar va stimullar bilan tartibga solinadigan turi bo'lib, ular har bir aniq vaziyatda nutqiy vositalarning tanlanishi va aytilganlarning talqinini belgilaydi.

Bunday yondashuv ayniqsa nutq etnografiyasi (Ethnography of Speech) doirasida izchil rivojlanmoqda — antropologiya va lingvistika kesishgan nuqtada shakllangan nisbatan yangi, ammo muhim ilmiy yo'nalish. Mazkur yo'nalish til va madaniyat munosabatlarini o'rganish, tilning ijtimoiy-madaniy taraqqiyotdagi rolini talqin qilishga yangicha nazariy asos yaratdi. M. Saville-Troike ta'rifiga ko'ra, nutq etnografiyasining asosiy vazifasi — til birliklari, ularning ma'nolari, qo'llanish xususiyatlari bilan jamiyatning dunyo haqidagi bilimi va ijtimoiy tashkiloti o'rtasidagi bog'liqliklarni aniqlashdir[1,51]. Nutq etnografiyasi milliy madaniyatning yaxlit kontekstida nutqiy xulq-atvorning tizimligini tahlil qiladi hamda kommunikativ tizimlar va ularning o'zaro munosabatlarini, shu jumladan, madaniyatlararo muloqot masalalarini o'rganadi.

Nutq etnografiyasi so'zlovchini madaniy jihatdan maqbul va nomaqbul nutqiy birliklarni farqlashga o'rgatadi; bunda ayniqsa, muayyan etnomadaniy muhitda aytilgan gapning qanchalik o'rinni ekani alohida urg'u bilan ta'kidlanadi.

Nutq etnografiyasining tadqiqot doirasiga kiruvchi muammolar orasida turli etnomadaniy tiplarga – masalan, egalitar va ierarxik, individualistik va kollektivistik jamiyatlarga[2,9] xos xususiyatlarni tavsiflash hamda ularni qiyosiy o'rganish masalalari ham muhim o'rin tutadi. Bunday tiplardagi madaniyatlarning rivojlanish dinamikasi, o'zaro ta'siri, transformatsiyalari, ayniqsa, globallashtirish sharoitida kuzatilayotgan o'zgarishlar ham etnografik tadqiqotlarning markazida turadi.

Shu munosabat bilan nutq etnografiyasi olimlari «madaniy mavzular» va «madaniy konseptlar» deb nomlanuvchi dominant, simptomatik sotsiokultural o'leovlarga alohida e'tibor qaratadilar[3]. Madaniy konsept tushunchasi etnosning asosiy ijtimoiy hayot sohalarida – ta'lim, siyosat, iqtisodiyot, huquqiy faoliyat va boshqalarda – uning a'zolari xulq-atvorini shakllantiruvchi an'analar, qadriyatlar, munosabat shakllari, e'tiqodlar va xulq me'yorlari tizimini o'z ichiga oladi.

Kognitiv lingvistika sohasidagi mashhur amerikalik tadqiqotchi A. Verbitska o'z ishlarida madaniy daraja nutqni tashkil etuvchi eng chuqur qatlam ekanini ishonarli asoslar bilan ko'rsatadi[4]. Unga ko'ra, nutqning mazkur chuqur darajada tartibga solinishi milliy ong va milliy psixologiya darajasida mavjud bo'lgan «madaniy ssenariylar» (cultural scripts) orqali ta'minlanadi.

Tadqiqotchining fikricha, ma'lum bir jamiyatga xos kognitiv mavzular va konseptlar majmuasi tegishli madaniy ssenariylar yig'indisini tashkil qiladi. Ushbu ssenariylar o'z navbatida etnos nutqini boshqarib turuvchi, lekin yozilmagan «madaniy nutq grammatikasi»ni (cultural grammar of speech) shakllantiradi. Bu grammatik qonuniyatlar muayyan nutq hamjamiyatiga mansub barcha a'zolar uchun majburiy hisoblanadi. T.A. van Deyk ham shunga yaqin fikr bildiradi: uning qaydicha, har bir madaniyat vakilining dunyo haqidagi bilimi ma'lum «ssenariylar» asosida tashkil topgan bo'ladi[5]. Bunday ssenariylar ijtimoiy ongda nisbatan barqaror, jamiyat a'zolari tomonidan tez-tez qo'llaniladigan va xalqning uzoq muddatli ijtimoiy xotirasida qonunchalik mustahkam o'rnatilgan tuzilmalar sifatida mavjud bo'ladi. Shu yo'nalishda J.Greshon ham tilning «sotsiomadaniy grammatikasi» haqidagi qarashlarini rivojlantiradi[6].

Nutq etnografiyasi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, madaniy konsept va mavzularning tabiati hamda ularning til vositasida ifodalanishidagi farqlar turli millatlarda nutqiy muloqotni tartibga soluvchi universal tamoyillarning milliy xususiyatini belgilaydi. Xususan, Graysning Kooperatsiya Printsipining madaniy jihatdan o'zgaruvchan talqini, shuningdek, P.Braun va S.Levinson tomonidan ishlab chiqilgan ijobiy va salbiy muloyimlik strategiyalarining milliy variantlari ham aynan shu farqlarga tayanadi[7].

Madaniy mavzular (konseptlar) — bu muayyan lingvokulturaning vakillari ongida shakllangan, tarixan barqarorlashgan, milliy psixologiyada ustuvor o'rin tutadigan tushunchalardir. Ular jamiyat a'zolari tomonidan baham ko'riladigan qadriyatlar va ijtimoiy ustuvorliklarni ifodalaydi. Shu sababli bunday mavzular tilning turli qatlamlarida, xususan, obrazli vositalar va ayniqsa metaforik tizimda keng aks etadi.

Ushbu fikrlarni yoritish uchun ingliz tilida so'zlashuvchi xalqlar tilida nihoyatda muhim, hatto ma'lum ma'noda ular uchun markaziy madaniy mavzular sanaladigan

“vaqt” (Time) va “pul” (Money) konseptlarining qanday ifodalanishini misol qilib ko'rib chiqiladi.

Angloamerikaliklarning ushbu tushunchalarga munosabati keng tanilgan: ular uchun vaqt va pul ma'lum darajada bir-biridan ajralmas, bir xil mohiyatga ega bo'lgan ikkita tushuncha sifatida talqin qilinadi. Bu hol mashhur ibora “Time is money” mazmunida yaqqol aks etgan. Amerikaliklar odatda juda punktual bo'ladi, muddat va rejalashtirilgan ish tartibiga qat'iy amal qiladi (meeting deadlines), chunki vaqt ular nazarda ehtiyotkorlik bilan sarflanishi lozim bo'lgan qimmatli resurs hisoblanadi. Shu sababli vaqtni tejash (to save time) va uni imkon qadar samarali sarflashga doimiy ehtiyoj seziladi — bu esa “time-saving devices” kabi vaqtni tejovchi turli texnologiyalarni yaratishga turtki bo'ladi.

“Time is money” shiori hukmron bo'lgan sotsiomadaniy muhitda pulning alohida qadrlanishini, moddiy farovonlik va boylarning an'anaviy madaniy qadriyatlar qatoridan mustahkam o'rin olganini ko'rsatadi. Chunki ingliz tilida so'zlashuvchi jamiyatlarda keng tarqalgan e'tiqodga ko'ra, “Money makes the world go round” — ya'ni “Dunyo pul bilan aylanadi”.

Ingliz tilidagi “pul tili” (monetary language), ayniqsa uning leksik qismi, so'nggi o'n yilliklarda kengayib, ko'plab metaforik ma'nolarni o'z ichiga ola boshladi. Bu hodisa zamonaviy ingliz tilidagi nutqda yaqqol ko'zga tashlanadi. Badiiy adabiyotda ham, kundalik suhbatlarda ham pulga oid iboralar ko'pincha metafora sifatida ishlatiladi. Masalan, quyidagi ifodalarni uchratish mumkin: «I wouldn't put my money on this method, I don't think it'll pay feedback wise»; «John's first suggestion – that's where my money is»; “My money is not on this plan”; “My check-book is not on this idea”; “I wouldn't risk my check-book on his project; “I cannot say for money what he sees in this girl”; “You are right on the money here («you're dead right») – he did steal those papers”[3].

Ingliz tilida muloqot qiluvchilar kimningdir fikriga qo'shilganlarida uni “sotib olish” (buy an argument) deb ifodalashlari mumkin. Xuddi shuningdek, ular o'z g'oyalarni “sotish” (sell a theory, an idea) orqali e'tirof va ma'qullashga erishadilar. Shuningdek, “million dollarlik savol berish” (ask a million-dollar question) kabi iboralar ham keng qo'llanadi. Oddiygina “Sen ming/million dollarlik ko'rinishing bor” (“You look like a thousand/million dollars”) degan maqtov ingliz tilida doimo ijobiy qabul qilinadi.

“Pay” (to'lash) fe'li ham juda ko'p metaforik ma'nolarda ishlatiladi: pay a visit (tashrif buyurmoq), pay a compliment (maqtov bildirmoq), pay respect/attention (hurmat ko'rsatmoq, e'tibor qaratmoq), pay an arm and leg for something (nimagadir juda qimmat to'lamoq), pay lip-service (so'zda qo'llab-quvvatlamok), pay court to smb. (kimnidir xushomad qilmoq), pay for one's mistakes (xatolarining jazosini tortmoq), it doesn't pay to argue with your teacher/boss (o'qituvchi yoki rahbar bilan bahslashish foyda bermaydi) va hokazo.

“Money” (pul) va “pay” (to'lov) tushunchalari ingliz tilida “market” (bozor) va “profit” (foйда) bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular bir xil kognitiv ramkaga kiradi. Masalan: “I'm always on the market for picnics and parties, count me in for the Saturday outing” (muallif eshitgan ibora). Hatto ilmiy muhitda ham shunday jumalarni uchratish mumkin: “It is very marketable research material – you won't have difficulty selling it to the best journals in the field”. “Profit” so'zining metaforik ishlatilishiga misol sifatida quyidagilarni keltirish mumkin: to profit by experience (tajribadan foyda olish), to use your time profitably (vaqtni samarali ishlatish), to be a profiteer (foйда orttiruvchi bo'lish).

“Wealth” (boyluk) ham madaniy jihatdan belgilangan konseptlardan biridir.

Bu belgi ko'plab maqol va matallarda yaqqol ifodalanadi: ““Happiness is not in money”, “Do not have a hundred rubles, but have a hundred friends”, “Poor like a falcon – he sings and rejoices”, “Wealth comes with money, but poverty with cheerfulness” va boshqalar.

Shu tariqa, rus tilida so'zlashuvchi madaniyatda kambag'allik ko'proq ezgulik sifatida qabul qilinadi: kambag'allarga achinishadi, ularga hamdardlik bildirishadi, ularni “yomon boylarning” aybsiz qurbonlari deb bilishadi. Boylarga esa ko'pincha salbiy munosabatda bo'lishadi, hatto ich-ichidan ularga havas qilishsa ham. Buni xalq maqollari ham tasdiqlaydi: “The rich man is no brother to the poor.”, “The rich feast even on weekdays, while the poor grieve even on holidays.”, “In court, the poor against the rich, though right, are always found guilty.”.

Xulosa. Nutq etnografiyasi turli lingvomadaniyat vakillarining kommunikativ xulqini tasvirlashda yangi va samarali yondashuv sifatida namoyon bo'ladi. Bu yo'nalish nutq tizimining sinergetik tamoyillariga, ya'ni til tizimi va ijtimoiy-madaniy muhitning o'zaro ta'siriga asoslanadi. Shunday qilib, nutq etnografiyasi til birliklari va nutqiy amaliyotlarning jamiyatdagi qadriyatlar, urf-odatlar hamda ijtimoiy me'yorlar bilan qanday uyg'unlashishini ko'rsatadi. Mazkur yondashuv tilni faqat grammatik tizim sifatida emas, balki ijtimoiy-madaniy hodisa sifatida talqin qilishga imkon beradi. Nutq etnografiyasi orqali turli madaniyat vakillarining muloqot uslublari, nutqiy strategiyalari va qadriyatlari o'rganilib, til va jamiyat o'rtasidagi uzviy bog'liqlik yangicha yoritiladi. Shu tariqa, bu yo'nalish lingvomadaniyat, kommunikativ xulq-atvor va madaniy konseptlarni chuqur tahlil qilish uchun muhim ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR

1. Saville-Troike M. *The Ethnography of Communication* (2nd ed.) / M. Seville- Troike; Oxford: Basil Blackwell, 1989.– 217 p.
2. Hofstede G. *Cultural differences in learning and teaching* / G. Hofstede // *Interactional Journal of Intercultural Relations*. 1990.–Vol. 10.– P. 301–320.
3. Тарасова Е. этнография речи как методологическая основа интерпретации отношений языка, культуры и социума // *Section 1. Linguistics*, - P.18-22.
4. Wierzbicka A. *Cross-cultural Pragmatics: the Semantics of Human Interaction* / A. Wierzbicka;–Berlin: Mouton de Gruyter, 1991.– 105 p.
5. Дейк ван Т.А. *Язык. Познание. Коммуникация* / Т.А. ван Дейк.–Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000.– 308 с.
6. Grayshon M.C. *Towards a Social Grammar of Language* / M.C. Grayshon; [J. Fishman (ed.)], Holland: Mouton Publishers, 1997.– 155 p.
7. Brown P., Levinson S.C. *Politeness: Some Universals in Language Usage* / P. Brown, S.C. Levinson; Cambridge: Cambridge University Press, 1987.– 345 p.